



مکانیابی صنعتی با رویکرد اقتصاد فضا

تألیف:

دکتر نادر مهرگان

(دانشیار دانشگاه بوعلی سینا)

یونس تیموری

مرکز نشر دانشگاه

۱۳۹۲

HD	مهرگان، نادر، ۱۳۴۴-
۵۸	مکان یابی صنعتی با رویکرد اقتصاد فضا/ نادر مهرگان، یونس تیموری.
م ۹ / م	همدان: انتشارات دانشگاه بوعلی سینا ۱۳۹۲.
۱۳۹۲	۲۳۵ ص. مصور
	شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۸-۱۶۹-۳
	کتابنامه
	۱. صنایع، تعیین محل. ۲. صنایع، تعیین محل - برنامه ریزی. ۳. فضا در اقتصاد. ۴. منطقه بندی اقتصادی. الف. تیموری، یونس. ب. عنوان
	۳۳۸/۰۹

عنوان:	مکان یابی صنعتی با رویکرد اقتصاد فضا
مؤلف:	دکتر نادر مهرگان، یونس تیموری
ناشر:	مرکز نشر دانشگاه بوعلی سینا
داوآران علمی:	دکتر علی فلاحتی، دکتر لطفعلی عاقلی
ویراستار ادبی:	زهره شاهریخی
صفحه آرا:	مژگان جمشیدی
طراح جلد:	سارا باقری
مدیر مرکز نشر:	محمدجواد یداللهی فر
چاپخانه:	روشن
صفحه و قطع:	۲۳۵-وزیری
نوبت چاپ:	اول
تیراژ:	۱۰۰۰
قیمت:	۱۳۰۰۰۰ ریال
تاریخ انتشار:	۱۳۹۲
شماره کتاب:	۳۴۰ / الف - ق
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۱۲۸-۱۶۹-۳

کلیه حقوق برای مرکز نشر دانشگاه بوعلی سینا محفوظ است

مراکز فروش در همدان: ۱. دانشگاه بوعلی سینا، اداره انتشارات تلفکس: ۸۱۱-۸۲۹۱۲۷۶

۲. خیابان شهید حسین فهمیده، روبروی پارک مردم، فروشگاه اداره انتشارات

۳. خیابان مهدیه روبروی خانه معلم - انتشارات دانشجو

نماینده‌گی فروش در تهران: ۱. موسسه کتابیران، میدان انقلاب، خیابان لبافی نژاد غربی (بعد از چهار راه کارگر جنوبی)،

بعد از فروشگاه شیلات، پلاک ۲۳۷ تلفن: ۶۶۹۲۶۶۸۷-۶۶۴۲۳۴۱۶

۲. نویردازان، میدان انقلاب، خیابان لبافی نژاد، بین ۱۲ فروردین و اردیبهشت، پلاک ۲۰۶ تلفن: ۶۶۴۹۴۴۰۹-۶۶۴۱۱۱۷۳

بخش اول مفاهیم اساسی در اقتصاد فضا

فصل اول: علوم منطقه‌ای

۳	علوم منطقه‌ای و اقتصاد منطقه‌ای- تاریخچه و مفاهیم
۱۱	منطقه و فضا
۱۷	تئوری‌های علوم منطقه‌ای
۱۸	مدل ون تونن
۲۲	صرفه‌های خارجی
۲۴	سیستم شهری

فصل دوم: مفهوم فضا در اقتصاد صنعتی

۲۹	فضا و اهمیت آن در تحلیل‌های اقتصادی
۴۱	تمرکز صنعتی و جغرافیایی و تحلیل فضایی آنها
۵۰	ساختار صنعتی و ساختار جغرافیایی فعالیت‌های تولیدی

بخش دوم نقش فضا در شکل‌گیری مسائل مکانیابی صنعتی

فصل سوم: مبانی و اصول مکانیابی و عوامل مؤثر بر آن

۵۵	اصول مکانیابی صنعتی
۶۵	هزینه‌های حمل و نقل
۶۹	دسترسی به بازارهای بزرگ مصرفی
۷۵	سیاست‌های دولت و نیروهای بازار

فصل چهارم: مدل رقابت انحصاری دیکزیت- استیگلیتز

۷۷	رقابت انحصاری و بازدهی فزاینده
۸۰	مدل رقابت انحصاری دیکزیت- استیگلیتز
۸۱	رفتار مصرف‌کننده و حداکثر کردن مطلوبیت
۸۹	رفتار تولیدکننده و حداکثر کردن سود

فصل پنجم: مدل تجارت بین منطقه‌ای دیکزیت- استیگلیتز- کروگمن

۱۰۳.....	هزینه‌های مبادله و اندازه بازاری منطقه
۱۰۶.....	فرض پیوستگی تعداد بنگاه‌ها
۱۰۹.....	مدل تجارت بین منطقه‌ای کروگمن (DSK)
۱۱۸.....	اثر اندازه بازاری منطقه (HME)

بخش سوم مدل‌های مکانیابی و تحلیل توسعه‌ای آنها

فصل ششم: تئوری‌های مکانیابی صنعتی

۱۳۹.....	تحول تئوری‌های مکانیابی صنعتی
۱۴۲.....	مدل لئونارد
۱۴۳.....	مدل آلفرد وبر
۱۴۸.....	اصل استقرار میانی
۱۴۹.....	حالت استفاده بنگاه از چند نهاده تولیدی
۱۵۱.....	مدل مکان مرکزی کریستالر
۱۶۳.....	مدل مبتنی بر تقاضای لوش
۱۷۳.....	مدل مکانیابی هاتلینگ
۱۷۷.....	مدل پالاندر

فصل هفتم: مدل مکان‌یابی مرکز-پیرامون و تحلیل فضایی آن

۱۸۱.....	مقدمه‌ای بر مدل مرکز-پیرامون
۱۸۲.....	تشریح مدل مرکز-پیرامون فریدمن
۱۸۷.....	الگوی مرکز-پیرامون و مدل کروگمن

فصل هشتم: تحلیل فضایی توسعه اقتصادی ایران

۲۰۵.....	مراحل توسعه منطقه‌ای در مقابل عدم تعادل‌های ناشی از آن
۲۰۶.....	توسعه صنعتی و توزیع فضایی صنعت در اقتصاد ایران
۲۱۷.....	سیاست‌های دولت و توسعه متعادل منطقه‌ای
۲۲۱.....	منابع

پیشگفتار

استراتژی صنعتی شدن یکی از مهمترین استراتژی‌های رشد و توسعه هر اقتصادی است که امروزه در جوامع مختلف مورد توجه قرار گرفته است. بطوریکه تأکید آن بر روی بخش صنعت، در مقابل سایر بخش‌ها مانند کشاورزی، تجارت و غیره می‌باشد. اما مهمترین مسئله این استراتژی، چگونگی رشد و توسعه بخش صنعت در اقتصاد است که برای این مهم، تئوری‌ها و نظریه‌های مختلفی مانند تئوری‌های فشار بزرگ و پیوندهای پسین و پیشین بین بخشی و بین صنایع مختلف موجود در یک اقتصاد، از سوی اقتصاددانان ارائه شده است. اما در این مورد، هیچکدام از تئوری‌های توسعه صنعتی، به چگونگی توزیع فعالیت‌های این بخش در بین مناطق و نواحی مختلف یک اقتصاد که می‌تواند یکی از مهمترین مؤلفه‌های رشد و توسعه منطقه‌ای باشد، توجه محسوسی نداشته‌اند.

اغلب تمرکز آنها در زمینه چگونگی رشد و توسعه صنعت و اقتصاد با توجه به ساختار رقابتی حاکم بر بازارهای مختلف موجود در اقتصاد می‌باشد. بطوریکه این رویکرد، ساختار صنعتی و چگونگی توزیع قدرت بازاری را در بین واحدها و بنگاه‌های مختلف تولیدی و خدماتی مورد بررسی قرار می‌دهد. اما آیا واقعاً این رویکرد به تنهایی خواهد توانست بدون توجه به نحوه توزیع صنعت و فعالیت‌های آن در بین مناطق مختلف و چگونگی تأثیرگذاری آن بر روی هزینه‌ها و روش‌های تولید تولیدکنندگان و توسعه و رفاه افراد جامعه، راهکارها و روش‌های مناسبی را جهت تدوین استراتژی‌های رشد صنعتی ارائه دهد. آیا امکان این وجود دارد که بدون توجه به مطالعه شرایط و ویژگی‌های حاکم بر بازار یک صنعت خاص در یک منطقه معین، بدون توجه به وضعیت بازار کار در آن منطقه، بدون توجه به چگونگی حرکت کالاها و خدمات تولید شده توسط صنایع مختلف، در بین مناطق و نواحی گوناگون که با توجه به سیستم حمل و نقل موجود در آن مناطق طراحی شده است، بدون مطالعه این مسئله که چرا برخی صنایع خاص تنها در مناطقی معین بوجود آمده و توسعه یافته‌اند، می‌توان به ارائه الگوها و تئوری‌هایی پرداخت که بتواند منجر به رشد و توسعه صنعت یک اقتصاد شود و موجب ایجاد تعادل‌های منطقه‌ای و بوجود آمدن رشد و توسعه اقتصادی به طور یکسان در بین مناطق مختلف جغرافیایی شود؟

قطعاً توجه به مسئله جغرافیایی اقتصاد و پرداختن به چگونگی مبادله و تبادل بین منطقه‌ای کالاها و خدمات ایجاد شده در یک جامعه که خود می‌تواند مسائل و تئوری‌های نوین اقتصاد فضایی را در بین تئوری‌های علم اقتصاد مطرح بکند، باعث خواهد شد تا استراتژی‌ها و سیاست‌های صنعتی شدن، مستحکم‌تر و با زیربنای علمی و تئوریک و واقعی‌تری همراه باشند. عدم تعادل‌های منطقه‌ای بخصوص در کشورهای در حال توسعه و توزیع نابرابر درآمد و زیرساخت‌های صنعتی، اقتصادی و اجتماعی که

کلیدی‌ترین عوامل عدم رشد و توسعه در یک جامعه می‌باشند، نشان‌دهنده اهمیت اقتصاد منطقه‌ای و عجز شدن آن با اقتصاد صنعتی در جریان توسعه اقتصادی است.

با توجه به ضرورت مسائل ذکر شده، کتاب پیش رو با معرفی مفاهیم و تئوری‌های اقتصاد فضایی و اقتصاد منطقه‌ای، با یک رویکرد جدید به مسائل اقتصاد صنعتی پرداخته است. گونه‌ای که با استفاده از آن می‌توان مسائل صنعتی و جغرافیایی اقتصاد را در کنار یکدیگر و در ارتباط باهم مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. این کتاب بعد از یک مقدمه نسبتاً جامع که شامل ارائه تعاریفی اساسی و پایه‌ای راجع به مؤلفه‌های صنعت و جغرافیای اقتصادی و همچنین شامل چهارچوب و سؤالانی که این کتاب در قالب آنها به دنبال تحلیل و بررسی مسائل جغرافیای صنعتی است، در سه بخش اصلی تقسیم‌بندی شده است. بطوریکه در بخش اول به «مفاهیم اساسی در اقتصاد فضا» پرداخته می‌شود که متشکل از دو فصل اول و دوم می‌باشد و در آنها به ترتیب به مسائل علوم منطقه‌ای، مفاهیم و تاریخچه آن و مفهوم فضا در اقتصاد صنعتی پرداخته شده است. بخش دوم، «نقش فضا در شکل‌گیری مسائل مکانیابی صنعتی» را مورد توجه قرار می‌دهد، بطوریکه این بخش شامل فصول سوم، چهارم و پنجم است. در فصل سوم به مبانی مکانیابی صنعتی و عوامل مؤثر بر آن پرداخته می‌شود. بعد از آشنایی با مفاهیم فضا و اصول مکانیابی، معرفی و تحلیل مدل فضایی مکانیابی صنعتی در دو فصل چهارم و پنجم ارائه خواهد شد. بطوریکه در فصل چهارم بررسی مدل رقابت انحصاری دیکزیت-استیگلitz به پایه و اساس مدل کروگمن است انجام می‌شود و سپس فصل پنجم، مدل تجارت بین منطقه‌ای دیکزیت-استیگلitz-کروگمن که به مدل کروگمن معروف است را مورد توجه قرار می‌دهد.

در نهایت بخش سوم، ما را با «مدل‌های مکانیابی و تحلیل توسعه‌ای آنها» آشنا می‌سازد که در سه فصل تدوین شده است. فصل ششم به معرفی تئوری‌های مکانیابی صنعتی، بویژه تئوری‌های بسیار مهم و بر، مکان مرکزی کریستالر و مدل تقاضای لوش می‌پردازد و در ادامه، در فصل هفتم با تئوری مرکز-پیرامون فریدمن آشنا شده و به تحلیل فضایی آن می‌پردازیم. سرانجام در فصل هشتم، مباحث توسعه اقتصادی را با رویکرد تحلیل فضایی و با کمک مدل‌های معرفی شده در قسمت‌های قبل مورد توجه قرار می‌دهیم. بطوریکه در آن اقتصاد ایران را بطور ویژه، با رویکرد فوق و با استفاده از نتایج مطالعات تجربی مورد بحث و بررسی قرار می‌دهیم.

مقدمه

بررسی مشاهدات و آمارهای موجود برای اغلب اقتصادهای جهان، چه در میان کشورهای در حال توسعه و چه در کشورهای توسعه یافته، نشان می‌دهد که همواره بخش صنعت به عنوان یکی از پراهمیت‌ترین و کلیدی‌ترین بخش‌های هر اقتصاد می‌باشد. بطوریکه گزارشات رسمی توسعه جهانی نمایانگر این است که بخش صنعت با رشد اقتصادی کشورهای مختلف، توسعه پیدا می‌کند و بزرگتر می‌شود، که البته این مسئله در میان کشورهای کوچک و بزرگ از لحاظ جمعیتی، روند متفاوتی دارد. بگونه‌ای که کشورهای بزرگ که جمعیتی بالاتر از ۲۵ میلیون نفر دارند، بواسطه بازارهای مصرفی بزرگتری که در داخل با آنها مواجه هستند، می‌توانند به دلیل برخورداری از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس، گسترش صنایع خود را رودتر شروع کرده و همراه با یک رشد اقتصادی، در مقایسه با کشورهای کوچک، سریع‌تر صنعتی شوند.

علیرغم اینکه با پیشرفت اقتصادی یک کشور، همانطور که آمارها و حقایق بازگو می‌کند، بخش صنعت نیز رشد پیدا می‌کند، اما به نظر می‌رسد که این گسترش بخش فوق، دائمی و همیشگی نباشد، زیرا سهم تولیدات صنعتی در اغلب اقتصادهای توسعه یافته و صنعتی رو به کاهش است و این در حالیکه تولیدات آنها به سمت صنایع خدماتی حرکت می‌کند. البته این انحراف در روند نسبت تولیدات کشورهای پیشرفته صنعتی، کاملاً منطقی است و با تئوری‌های اقتصادی سازگار می‌باشد زیرا با توسعه صنعتی این کشورها، زیرساخت‌ها و زیربنای لازم برای گسترش بخش خدمات در اقتصادهای فوق ایجاد می‌شود. بگونه‌ای که تحت این شرایط، صنایع خدماتی زیربنایی مانند حمل و نقل، آب، برق، بهداشت و آموزش در وضعیت بهتری قرار می‌گیرند و در سایه گسترش بخش صنعت، از نوآوری‌ها و تکنولوژی‌های نوین و از تجهیزات و ماشین‌آلات پیشرفته‌تری، در امر خدمات‌رسانی استفاده می‌کنند. از طرف دیگر با رشد اقتصادی و افزایش درآمد سرانه و توسعه صنایع، رفته‌رفته نیازها و درخواست‌ها برای تولیدات و عرضه بخش خدمات نیز افزایش یافته و موجب بالا رفتن سهم تولیدات این بخش از اقتصاد شده و اندازه آن بزرگتر می‌شود. بطوریکه از مهمترین تبعات این پدیده بخصوص در کشورهای در حال توسعه، گسترش شهرنشینی و تمرکز جمعیت در تعداد معدودی از کلان‌شهرها و شهرهای صنعتی است که این خود به گسترش فعالیت‌های تولیدی و صنعتی به‌طور نامتوازن در بین مناطق و سکونتگاه‌های مختلف در کشورهای فوق می‌انجامد.

واقعیت‌های اقتصاد ایران به عنوان یک اقتصاد در حال توسعه، کاملاً با نکات مطرح شده درباره صنعت و توسعه صنعتی و گسترش این بخش مطابقت دارد. مشاهدات و آمارها و نتایج حاصل از آن،

اهمیت بخش صنعت را به عنوان کلیدی‌ترین بخش فعالیت‌های اقتصاد ایران نشان می‌دهد. همانطور که در جدول (۱) می‌بینیم، بیش از نیمی از صادرات غیرنفتی کشور در طی سال ۱۳۸۶، مربوط به بخش صنعت است.

جدول (۱)

بخش	نسبت صادرات غیرنفتی به کل صادرات
صنعت	۰/۷۵*
کشاورزی	۰/۲۳
کانی و فلزی	۰/۰۲

*محاسبات از طریق آمار رسمی منتشر شده مرکز آمار انجام گرفته است.

اما همانطور که می‌دانیم، مهمترین مؤلفه‌ای که از آن برای نشان دادن اهمیت یک بخش در اقتصاد یک کشور استفاده می‌شود، ضرایب پیوندهای پسین و پیشین و محاسبه کشش تولیدی بخش‌های مختلف است که توسط جدول داده- ستاده آن اقتصاد، این کار انجام می‌گیرد. کشش تولیدی برای یک بخش، درصد تغییر در تولید کل اقتصاد در نتیجه یک درصد تغییر در تقاضای نهایی بخش فوق است که این معیار برای بخش‌های مختلف اقتصاد ایران در سال ۱۳۷۹ محاسبه شده است^۱ که در جدول (۲) نشان داده می‌شود.

جدول (۲)

بخش	کشش تولیدی
صنعت	۰/۵۰
کشاورزی	۰/۱۰
نفت خام و گاز	۰/۱۱
معادن	۰
آب، برق و گاز	۰/۰۱
ساختمان	۰/۰۷
حمل و نقل	۰/۰۶
خدمات بازرگانی	۰/۰۷
خدمات بانکی	۰

جدول فوق، اهمیت بخش صنعت و ارتباطی که آن با سایر بخش‌ها در اقتصاد ایران دارد را نشان می‌دهد و گویای این واقعیت است که تا چه اندازه، این بخش در مقایسه با بخش‌های دیگر قدرت تأثیرگذاری متفاوتی دارد و تا چه اندازه در توسعه اقتصادی کشور نقش مهم و حیاتی می‌تواند داشته باشد. در مقابل، بخش‌های خدماتی مانند آب، برق، گاز، حمل و نقل و خدمات بازرگانی و بانکی دارای درصد اثرگذاری کمتری بر روی تولید کل اقتصاد می‌باشند.

این اهمیت بخش صنعت، ما را ملزم می‌کند به اینکه انتظار داشته باشیم سهم تولیدات صنعتی در اقتصاد ایران، نسبت بالایی را در بین بخش‌های دیگر به خود اختصاص داده باشد. جدول (۳) متوسط نسبت ارزش افزوده بخش‌های مختلف به تولید ناخالص داخلی در طی دوره ۸۶-۱۳۸۰ را منعکس می‌کند. بخش صنعت بطور متوسط، بالاترین نسبت ارزش افزوده به تولید ناخالص داخلی در بین بخش‌های دیگر را داراست و این اختلاف در مقایسه با نسبت فوق برای سایر بخش‌ها بسیار بزرگتر است. اما توجه به ارقام ستون سوم جدول مذکور که متوسط تغییرات نسبت ارزش افزوده به تولید ناخالص داخلی برای بخش‌های مختلف را نشان می‌دهد، روشن می‌کند که سهم تولیدات صنعتی در اقتصاد ایران در طی دوره ۸۶-۱۳۸۰ به طور متوسط کاهش یافته است و این کاهش، خود سهم بسیار بالایی را در بین بخش‌های اقتصادی دارد. اما در مقابل، متوسط تغییرات نسبت ارزش افزوده برای بخش‌های خدماتی مثبت است و به عبارت دیگر سهم بخش خدمات از اقتصاد در دوره زمانی مذکور، افزایش یافته است.

جدول (۳)

بخش	متوسط نسبت ارزش افزوده به GDP ۸۶-۱۳۸۰	متوسط نرخ رشد نسبت ارزش - افزوده به GDP ۸۶-۱۳۸۰
صنعت	* ۰/۱۸	-۰/۰۴
کشاورزی	۰/۱۳	-۰/۰۰۵
نفت خام	۰/۱۱	۰/۰۲
معادن	۰/۰۰۷	۰/۰۲
آب، برق و گاز	۰/۰۱	-۰/۰۰۹
ساختمان	۰/۰۴	-۰/۰۰۳
حمل و نقل	۰/۱۰	۰/۰۴
خدمات بازرگانی	۰/۱۶	۰/۰۱
خدمات بانکی	۰/۰۱	۰/۰۷

* محاسبات از طریق آمار رسمی منتشر شده توسط بانک مرکزی در سال ۱۳۹۰ انجام گرفته است.

هرچند تغییرات سهم بخش‌های مختلف اقتصاد، اعم از صنعت و خدمات، کوچک و در سطح پائینی است اما نباید فراموش کنیم که اقتصاد ایران یک اقتصاد در حال توسعه است و استراتژی توسعه آن، باید همراه با رشد بخش صنعت باشد. اما با وجود اینکه نسبت ارزش افزوده بخش فوق در این اقتصاد

بالاست ولی این بخش نتوانسته است از رشد قابل قبولی در مقایسه با بخش خدمات برخوردار باشد (بانویی، ۱۳۸۷) و به نظر می‌رسد که اقتصاد وارد مرحله‌ای می‌شود که در آن سهم بخش خدمات، بیش از پیش رشد پیدا کرده و بزرگتر می‌شود.

اما آیا این گسترش بخش خدمات در مقایسه با بخش صنعت، همان روند مورد انتظاری است که در کشورهای صنعتی اتفاق افتاده است، به عبارت دیگر آیا اقتصاد ایران مراحل صنعتی شده را طی کرده است که این چنین، بخش خدمات آن به طور متوسط نسبت به بخش صنعت گسترده‌تر می‌شود. قبل از پرداختن به این مسئله، ذکر این نکته لازم است که ما در جدول (۳)، متوسط تغییرات نسبت ارزش-افزوده بخش صنعت را ۰/۰۴- محاسبه کرده‌ایم و این در حالیست که ممکن است در برخی سال‌های دوره مورد بررسی، رشد نسبت فوق برای صنعت، مثبت باشد به علاوه اینکه مقادیر مطلق ارزش‌افزوده بخش صنعت در طی دوره فوق، همواره از رشد مثبتی برخوردار بوده است ولی با توجه به جدول (۳) می‌توان گفت متوسط اندازه بخش صنعت در اقتصاد ایران برای دوره ۸۶-۸۰ در مقایسه با بخش خدمات کاهش یافته است.

چیزی که مشاهدات و واقعیت‌های آماری بیان می‌کنند، نشانگر این است که رشد و توسعه صنعتی در اقتصاد ایران وجود دارد، اما این رشد متفاوت از رشد تولیدات صنعتی در کشورهای توسعه‌یافته می‌باشد. توسعه صنعتی در کشورهای پیشرفته، به دنبال خود زمینه مناسب و زیرساخت‌ها و زیربنای لازم را برای فعالیت سایر بخش‌های اقتصادی فراهم می‌کند. بطوریکه با افزایش نوآوری‌ها و پیشرفت تکنولوژی، صنایع زیربنایی خدمات مانند حمل و نقل و آموزش از رشد بیشتری برخوردار شده و گسترش می‌یابند. آیا این اتفاق برای اقتصاد ایران نیز افتاده است. آیا با رشد تولیدات صنعتی که در اقتصاد این کشور اتفاق می‌افتد، صنایع زیربنایی، خصوصاً صنایع خدماتی نظیر بیمه، آموزش و حمل و نقل از رشد قابل قبولی برخوردار شده است: «چیزی که مسلم است، چنین نیست». زیرا خدمات فوق، تنها در برخی شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها وجود دارند و در برخی موارد نیز تنها در این نوع شهرها رشد داشته‌اند. از طرف دیگر مشاهدات و محاسبات نشان می‌دهد که سهم عمده‌ای از تولیدات صنعتی، با توجه به رشدی که این نوع تولیدات در اقتصاد ایران دارند، مرهون و مربوط به همین مناطق و شهرها می‌باشد. این یعنی اینکه مناطق فوق که از رشد صنعتی نسبتاً مناسبی در مقایسه با بقیه مناطق جغرافیایی بهره می‌برند به مثابه همان اقتصادهای توسعه‌یافته‌اند که با رشد تولیدات صنعتی، رشد خدمات را نیز در کنار خود دارند.

نباید فراموش کرد که رشد بخش صنعت، خود رابطه متقابل با رشد خدمات زیربنایی دارد (بانویی، ۱۳۸۷) و تنها در صورت وجود و رشد چنین خدماتی بطور گسترده در بین مناطق جغرافیایی مختلف، تولیدات صنعتی نیز خواهد توانست بطور گسترده از لحاظ جغرافیایی، رشد پیدا کند. این رشد گسترده و جغرافیایی تولیدات صنعتی است که موجب ماندگاری رشد نسبت ارزش‌افزوده به تولید ناخالص داخلی و در نتیجه رشد بخش صنعت و اندازه آن در اقتصاد خواهد شد.

پس بطور خلاصه ارتباط متقابل صنعت و خدمات زیربنایی باعث می‌شود که این دو بخش در کنار یکدیگر و در جایی که زمینه برای توسعه هر دو بخش آماده است یعنی در کلان‌شهرها و متروپل‌ها رشد پیدا کنند. به عبارت دیگر این نیروهای بازار و مکانیسم اقتصاد است که باعث شکل‌گیری سکونتگاه‌ها و قطب‌های صنعتی و خدماتی و مراکز پرجمعیت در نقاط خاص جغرافیایی می‌شود و به تبع آن، این نیروهای بازاری است که توسعه صنعتی را از این طریق شکل می‌دهد. اما نکته مهم اینکه نتیجه این توسعه صنعتی همان است که مشاهدات و واقعیت‌های اقتصاد ایران نشان می‌دهد و آن کاهش اندازه بخش صنعت به مرور زمان، بخصوص در مقابل بخش خدمات است. دلیل این اتفاق این است که توسعه صنعتی که با این روند ایجاد شده است، همراه با عدم تعادل‌های منطقه‌ای از لحاظ رشد و توسعه اقتصادی خواهد بود. اینکه چگونه این رویداد رخ می‌دهد و با چه مکانیسمی روند خود را طی می‌کند و اینکه چگونه می‌توان آنرا تعدیل کرد و حتی اینکه چگونه می‌توان منافع و مزیت‌ها و مضرات آن را ارزیابی کرد، در حوزه اقتصاد فضایی و جغرافیای اقتصادی قرار می‌گیرد.

در شرایطی که سهم مهمی از تولیدات یک فعالیت صنعتی به یک منطقه جغرافیایی خاصی که خدمات زیربنایی مناسب آن فعالیت تولیدی را داراست تعلق داشته باشد، هزینه‌های تولیدی آن فعالیت تولیدی به دلیل برخورداری از صنایع زیربنایی در منطقه فوق، کاهش پیدا خواهد کرد و در نتیجه تولید فعالیت صنعتی مذکور در آن منطقه جغرافیایی با بازدهی فزاینده نسبت به مقیاس مواجه می‌شود. در عین حال که این اتفاق یک مزیتی است در راستای کاهش هزینه‌های تولیدات صنعتی که توسط مکانیسم بازار رخ داده است اما از طرف دیگر باعث خواهد شد تا سهم تولیدی آن صنعت در بین سایر مناطق، به حداقل خود برسد که این خود موجب ایجاد شکاف بین منطقه‌ای در بخش صنعت می‌شود. مضاف بر این در مرحله توزیع تولیدات صنعتی بین مناطق مختلف جغرافیایی، بازم به دلیل عدم توسعه مناسب خدمات زیربنایی از جمله حمل و نقل و غیره، ما افزایش قیمت این نوع تولیدات را خواهیم داشت که این پدیده باعث ورود بیشتر کالاهای وارداتی و کاهش تقاضا برای تولیدات صنعتی داخل می‌شود. وجود چنین مشکلی در استراتژی توسعه صنعتی که اغلب گریبانگیر بیشتر کشورهای در حال توسعه است، این مسئله را ایجاب می‌کند تا اقتصادها با یک برنامه‌ریزی منطقه‌ای توسعه صنعتی مناسب، به حل این مشکل بپردازند.

مورد توجه قرار دادن این مسئله که چگونه می‌توان عدم تعادل‌های منطقه‌ای فعالیت‌های بخش صنعت و چگونگی توزیع سهم تولیدات بخش‌های صنعتی مختلف در بین مناطق و نواحی جغرافیایی را ارزیابی کرد. اینکه از چه کانالی این عدم تعادل‌ها و توزیع فضایی نابرابر تولیدات صنعتی، در اقتصاد و بخش صنعت ایجاد شده است و چگونه می‌توان نتایج رشد و توسعه این بخش را در بین سطوح مختلف جغرافیایی بطور برابر و متعادل و با حفظ مزیت‌ها و صرفه‌های نسبت به مقیاس و کاهش هزینه‌هایی که ناشی از مکانیسم اقتصاد بودند توزیع کرد، همه این مسائل در حیطه بررسی‌های اقتصاد منطقه‌ای و جغرافیای اقتصادی قرار می‌گیرد.

اما همانطور که گفتیم، مسائل فوق همگی مسائلی هستند که به صورت مستقیم، فرآیند توسعه اقتصادی را از طریق کانال توسعه بخش صنعت یک اقتصاد، تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر همین اساس همانطور که در بخش بعدی کتاب نیز مشاهده خواهیم کرد، اقتصاد منطقه‌ای و جغرافیای اقتصادی به عنوان زیر بخش‌های علوم منطقه‌ای و اقتصاد، از طریق کانال‌های مختلفی با زیرشاخه اقتصاد توسعه دارای ارتباط بسیار پراهمیتی می‌باشند (شکل ۱-۱). اقتصاد فضا و جغرافیای اقتصادی با ارائه کردن تئوری‌های نوینی از مباحث تجارت بین منطقه‌ای و بین‌الملل و مرتبط کردن آنها با موضوعات اساسی توسعه اقتصادی از جمله توزیع نسبی درآمد حاصل از رشد، توزیع سهم بخش صنعت در بین مناطق جغرافیایی و پرداختن به شرایطی که در آن فرآیند توسعه یک اقتصاد می‌تواند در بلندمدت، همچنان ادامه داشته باشد توانسته است به عنوان یک بخش مهمی از مباحث اقتصاد توسعه با رویکرد فضایی جوابگوی بسیاری از مسائل توسعه‌ای باشد. مسائلی که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، همچنان به عنوان یک مشکل مهم و اساسی به شمار می‌روند.

توسعه نامتعادل منطقه‌ای و توزیع نامناسب منافع حاصل از رشد اقتصادی و توسعه بخش صنعت در کشورهای فوق، مسائلی هستند که این کشورها همواره با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. مسئله اصلی پیش روی کتاب حاضر، پرداختن به موضوع توسعه صنعتی با رویکرد اقتصاد فضا می‌باشد بگونه‌ای که بتوان از این طریق راهکاری ارائه داد که متضمن یک رشد و توسعه پایدار و متعادل در بخش صنعت در جریان توسعه اقتصادی باشد.